

# Die wirtschaftlich erfolgreiche Integration des Lasers in die Zahnarztpraxis

## Teil 13: Der moderne Patient und seine Bedürfnisse

*Den Laser erfolgreich in die Praxis zu integrieren bedeutet auch, den Wünschen und Bedürfnissen des modernen Patienten gerecht zu werden. Der Umbau des Gesundheitssystems hat den Informations- und Beratungsbedarf des Patienten dramatisch ansteigen lassen. Von mindestens ebenso großer Bedeutung ein gewachsenes Gesundheits- bzw. Zahnbewusstsein sowie eine erhöhte Bereitschaft zur Zuzahlung. Die Rolle des Patienten als selbstbewusster, kritischer Kunde erfordert es, dass auch die Laserpraxis sich intensiv mit den Patientenwünschen und -bedürfnissen auseinandersetzt.*

JOCHEN KRIENS/ALZEY

Die Bedürfnisse der Patienten sind mannigfaltig, reichen sie doch von elementaren Bedürfnissen wie z. B. Beschwerdefreiheit, Gesundheit und Sicherheit bis hin zu Prestigebedürfnissen wie z. B. Ästhetik, Schönheit oder Teilhabe an einem gesellschaftlichen Trend. Besonders die Zahnarztpraxis, die den Laser in ihr Behandlungsspektrum integrieren möchte oder bereits integriert hat, sollte sich hinsichtlich ihres Marketingkonzepts auf folgende Bedürfnisse einstellen:

- Wunsch nach sanfter Behandlung
- Zahnästhetik als Statussymbol
- Bedürfnis nach der „Erlebniswelt Zahnarztpraxis“

### *Wunsch nach sanfter Behandlung*

Viele Patienten verbinden mit dem Zahnarztbesuch noch immer unangenehme Begleiterscheinungen wie das Vibrieren des Bohrers, postoperative Schmerzen nach chirurgischen Eingriffen oder einen langwierigen Therapieverlauf. Die meisten von ihnen würden die Praxis ohne derartige Assoziationen wesentlich motivierter aufsuchen. Auf Grund seiner gewebeschonenden, präzisen und minimalinvasiven Funktionsweise kommt der Laser bei vielen Therapien, seien es nun z. B. Kariestherapie, PA-Behandlung, Endodontie oder Chirurgie, dem Patientenwunsch nach einer sanften, schmerzarmen Behandlung entgegen.

### *Zahnästhetik als Statussymbol*

Schöne und gesunde Zähne werden immer wichtiger. Ob privat oder beruflich – ein strahlendes Lächeln macht sympathisch, verleiht Sicherheit und legt oft den Grundstein zum Erfolg. Zahlreiche Studien aus Markt- und Meinungsforschung belegen den Stellenwert eines schönen und gepflegten Gebisses für die Ausstrahlung eines Menschen. Sei es als Karrierefaktor oder bei der Partnersuche – die natürliche rot-weiße Ästhetik wird immer begehrter. Zur Aufhellung von Zähnen bietet sich heute auf dem Markt eine

Vielzahl von Verfahren an, von denen allerdings das Laser-Bleaching hinsichtlich der Unbedenklichkeit und des Erfolgs bei weitem allen anderen vorzuziehen ist. Auch dies sollte dem Patienten von heute entsprechend kommuniziert werden.

### *Bedürfnis nach der „Erlebniswelt Zahnarztpraxis“*

Immer mehr Patienten wollen sich in „ihrer“ Zahnarztpraxis wohl fühlen, sie suchen das Besondere, das Exklusive, das sie gewissermaßen zu Kunden einer unverwechselbaren „Marke“ werden lässt. Der Lasereinsatz verleiht der Praxis einen beträchtlichen Imagegewinn, positioniert die Praxis als Vorreiter moderner Behandlungsverfahren und stärkt beim Patienten das Bewusstsein, von einer zahnmedizinischen Versorgung zu profitieren, die dem aktuellen Stand der Zahnheilkunde entspricht. Bei der Realisierung der „Erlebniswelt Zahnarztpraxis“ spielt freilich sowohl die zahnmedizinische Leistung selbst als auch die „Verpackung“ eine Rolle: Die Ausgestaltung der Praxis, ihre Kommunikation und auch das Verhalten des gesamten Praxispersonals sollte auf die Patientenzielgruppe abgestimmt sein.

Der Lasereinsatz lohnt sich – besonders für die Praxis, die eine Patientenklintel ansprechen möchte, die modernen Behandlungsmethoden aufgeschlossen gegenübersteht. Es kommt daher für alle Laseranwender und Neueinsteiger darauf an, den Vorsprung, den dieses Hightech-Gerät momentan noch bietet, intelligent zu nutzen.

*Eine Checkliste zum Thema „Patientenorientierung“ kann angefordert werden unter:*

*New Image Dental GmbH – Agentur für Praxismarketing  
Mainzer Str. 5, 55232 Alzey*

*Tel.: 0 67 31/9 47 00-0, Fax: 0 67 31/9 47 00-33*

*E-Mail: zentrale@new-image-dental.de*

*Web: www.new-image-dental.de*